

Retail trendy

Personifikace. Lokalizace. Individualizace.

RETAIL je konečně po právu chápán jako důležitá součást komunikačního mixu. Nemluvíme již pouze o „distribučním kanálu“, kde hlavním úkolem je zejména naplnit potřeby zákazníků, ale uvědomujeme si jeho sílu z pohledu schopnosti ovlivnit nákupní rozhodování a zásadní vliv na dnes i čím dál důležitější budování image.



Nivea

RETAIL totiž neprodává pouze produkty nebo služby, ale v dnešní primárně cenově orientované době hlavně značku. Kvalita výrobku za rozumnou cenu je očekávána automaticky a pouze značka dokáže převážit onu pomyslnou miskou vah při rozhodování, za co zákazník nakonec zaplatí.

Individuální cílení na zákazníky je proto jedním z důležitých trendů dneška. Přitom to není nic nového. Celý koncept Starbucks vlastně jede na individualizaci. „Coffee cara-

mel frappuccino, tall, bez šlehačky, s sebou do sáčku pro Jessicu“ to je obvyklá objednávka pro moji manželku. Velmi podobně začíná i McDonald v Hongkongu nabízet vlastní složení hamburgerů. To, co mohou mít všichni, už nikdo nechce. Globalizace pomalu doznívá a klíčový důraz je kladen na identifikaci jednotlivce nebo komunity. Chceme mít vlastní originální brýle, balíček služeb nebo pouzdro na telefon. „One-of-a-kind“. A je to vlastně logické. Celý svět začal vypadat stejně.

Kitkat



Nixon NYC



Shenola



Vše podle vás.

Nike



Johnnie Walker

Nike v Soho v New Yorku zas otevřel nový koncept obchodu, kde je velká část právě připravena pro individualizaci. Kromě Nike ID si můžete na boty nechat něco vytisknout nebo vám 3D tiskem vytvoří vlastní štítek na tkaničky.

North Face na 5. Avenue v NYC otevřel svůj flagship a světe div se, i jejich produkty si můžete personifikovat. Výšivky, jména nebo barvy švů. Jak kdo chce.

U 3x1 si můžete nechat ušít džiny takové, o jakých se vám včera zdálo. Od střihu až po barvu švů. Je to na vás.

Norman Factory, opět v New Yorku, umožňuje vytisknout si vlastní sluchátka podle vnitřního tvaru uší. Aplikací si ucho

nascanujete, v prodejně vám vše na počkání vytisknou.

Sobeys v Torontu zase upravuje svůj sortiment právě podle lokace a komunity. A nejde zde jen o jednotlivé národnostní menšiny žijící v různých částech města. V samotném downtownu najdete Sobeys několik a každé je jiné.

IKEA Click & Collect Store v Londýně je výborný příklad toho, jak tento gigant, za kterým jsme museli vyjždět na periferie měst, přibližuje svoje obchody svým zákazníkům. Ne v celém spektru sortimentu, ale skutečně blíž. A „blíž“ zní mnohem lépe než „výlet na celý den s rozmrzelým potomkem a masovými kuličkami“.



North Face



Sweet Jesus



3x1



Ikea



Magnum

Johnnie Walker nabízí na letišti Schiphol edici, která je inspirovaná Holandskem a delfským porcelánem a koupíte ji pouze tam.

A taktó bychom mohli jít dál a dál. Magnum v Amsterdamu nebo Sweet Jesus v Torontu a jejich „moje“ zmrzliny. Mattel s 3D tiskem hraček. Panenky Barbie už jsou také v několika typech a v Amsterdamu v Nespresso vám barista namaluje na pěnu váš vlastní obličej.

Někdy se mi z toho točí hlava. Ale jaký kraj, takový mrav. Mějme se hlavně všichni rádi!

Petr Šimek, WELLEN RETAIL EXPERIENCE